

Formido draait minder aan 'prijsknop'

17-12-2015 15:35



"Je hebt drie knoppen waar je aan kunt draaien: omzet, marge en kosten", zegt hij in [Karwei Management](#). En de laatste jaren heeft Formido vooral ingezet op meer omzet. Nu gaat het vizier op het vergroten van de marge. "Dat betekent kortingen van 25 naar 20 procent, nog steeds acties maar minder vaak. Maatregelen die de consument nauwelijks merkt, maar voor de ondernemer onderaan de streep goed merkbaar zijn."

Intergamma-directeur Harm-Jan Stotersprak zich eerder dit jaar nog omgekeerd uit. Zie het bericht ["Prijs blijft wapen"](#). En als Gamma en Karwei aan de actieknoop draaien, kan Praxis niet achterblijven. Ook al valt in de wandelgangen te beluisteren dat deze Formido-zuster (Maxeda) de promotiedruk best zou willen deëscaleren.

Marc Nelissen